

Pohdinta konseptien taustalla

Yleisesti ottaen kun jotain uutta luodaan, kysytään asiakkailta, mitä he haluaisivat. Tämä on tuttu ja turvallinen tapa tehdä tuotekehitystä. Mutta jos sorrutaan kysymään vääriltä asiakkailta väriä asioita väärään aikaan väärillä painotuksilla, päädytään vastauksia.

Asiakkaat eivät välttämättä pysty irrottautumaan nykyhetkestä ja omasta tilanteestaan yleiseen konseptikehityspohdintaan. Vaarana on myös, että päädytään pyytämään erilaisia olemassa olevia asioita mutta ei olla halukkaita maksamaan niistä. Näin asiakaskysely voi päätyä olemaan toiveiden tynnyri.

Huomisen Hotelli käyttää taustalla hyväkseen yhdysvaltalaisista The Hotel of Tomorrow – projektia, jossa huomisen hotelliasumista on selvitetty jo vuosia. Lisäksi materiaalina ovat tekeillä oleva kolmen opiskelijan opinnäytetyö, selvitys- ja kartoitustyö Haagan toimipisteen opettajien ja tutkijoiden voimin, sekä partneriyriyten asiantuntemus ja tuotekehitystyö.

Ajatus on, että rakennamme kaksi konseptia, jotka valmistuttuaan alistetaan asiakaskommenteille ja jotka kehittyvät nimenomaan asiakaspalautteen pohjalta.